

## 調査報告 5

# 韓国の対日野菜輸出会社・農産貿易株式会社の成長要因分析

中村学園大学 流通科学部

教授（流通科学研究所 所長） 甲 斐 論

### 1. はじめに

韓国全羅北道金堤市にある農産貿易株式会社（以下：農産貿易と略称）は、韓国を代表する農業会社法人であり、パプリカとトマトを生産し、輸出する会社である。パプリカを年間約1,000万ドル（約10億円）主に日本に輸出している。日本では、あまり見られない力強く成長する農産物生産輸出会社である。

ここでは、農産貿易の成長要因を分析し、日本の参考としよう。

### 2. 経営理念と経営原則および革新価値

農産貿易は、図1に示した経営理念、経営原則、革新価値の3つの関係をバランスよく重視して、経営されている。それぞれをみてみよう。

#### 1) 経営理念

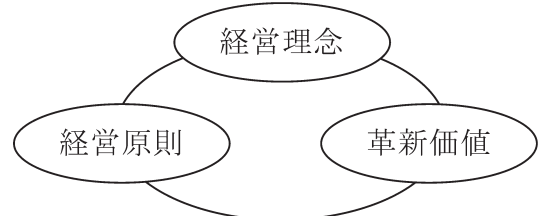
農産貿易の経営理念は、世界の農業をリードするために絶え間ない努力と農業の産業化を推進し、同時に農民の所得増大と権益保護を図ることである。それは、将来、韓国農業が大規模化され先進的な農業を展開するための絶対条件である。

農産貿易はこの経営理念を実現するために、生産・販売者主体の流通にあった戦略ではなく、消費者の要求に合わせた流通戦略を構築し、持続的発展を図り、韓国農業の水準の高さを世界に示そうと努力している。

農産貿易は海外のみならず、韓国の国民が必要とする安全な農産物を供給するために、挑戦と開拓という経営理念を追求してきている。これらは創業以来、今日に至るまで農産貿易を牽引してきた究極の経営理念である。



図1 経営理念、経営原則、革新価値の関係



資料：農産貿易ホームページより作成。

#### 2) 経営原則

##### （1）法と倫理の遵守

国と地域社会の各種法規を守り、正当で革新的な経営を通して競争し、正確な会計記録を通して会計の透明性を維持している。顧客、株主、農業者、職員の人権を尊重し、基本的な倫理を遵守している。

##### （2）クリーンな組織文化の維持

全ての業務に公と私を厳格に区分し、会社と他人の知的財産を保護し、尊重するとともに健全な組織の雰囲気醸成している。

### （３）顧客、株主、職員の尊重

顧客の要求と期待に沿う高品質農産物を供給し、株主の価値中心の経営を追求するとともに權益保護を中心に行動している。

また、職員の「生活の質」向上のためにも努力している。

### （４）企業として国および地域社会との共生の実践

国と地域社会の雇用を創出し、社会発展に貢献できるように最善を尽くし、地域市民として基本的な責任を疎かにしないように努力している。

## ３）革新価値

### （１）人材育成の重要性

最高の企業には最善を尽くし、献身的に努力する優秀な職員が存在しているので、職員が充実した環境のもとで最大限の力を発揮できるように最善を尽くした人材育成を行っている。

### （２）最高指向

農産貿易はパプリカの生産・流通・輸出を創出した最初の企業であり、日本市場シェア第１位の企業である。現在まで農産貿易は世界第１の農業企業に向かって挑戦するとともに競争を行ってきており、世界最高の位置につくために農産貿易の挑戦と競争は続いている。

### （３）共生追求

農産貿易は農業の活路のために、企業活動のみならず「顧客、株主、農業者、職員、地域社会」を尊重し、よりよい生活のために努力している。

### （４）変化追求

先進的農業として発展するために、弛まない変化と革新を迫ってきた企業である。「変化を試みない企業は淘汰されるほかない」という危機意識をもとに、先進農業法人になるために農産貿易は弛まない変化は続いている。

## ３．企業の沿革と発展の歴史

農産貿易は1999年7月30日にパプリカ生産を基盤とした営農法人と施設温室農家の共同出資により設立された。その企業沿革と発展の歴史は表１に示す通りである。約10年前に設立された農業法人であるが、努力によって韓国を代表する企業に成長している。

## ４．農産貿易の現状

### １）生産段階の規模

農産貿易は、営農法人および22の施設農家（参加農家94戸）により構成され運営されている。会員農家の施設栽培面積はパプリカ105,000坪、トマト28,000坪である。生産量はパプリカ約6,000t、トマト2,800tであり、それらの生鮮農産物を輸出と国内向けに販売している。

共同選別、共同包装、共同出荷を行っている。生産農家の栽培履歴管理、商品品質管理、および共同マーケティングを実施している。

ロックウール、種子および農薬、天敵など施設園芸に必要な資材は共同で購入し、また輸入も行っている。

ISO9001認証による管理体系の革新、栽培履歴管理による安全性強化、GAP（適正農業規範）認証による安全性の確保に努めている。

労働力にはフィリピン人の方を多く雇用している。農家段階でもERPシステム（Enterprise Resource Planning：企業資源計画）が採用され、生産、出荷、労働力管理に利用されている。

パプリカの生育管理のための農産貿易の基本管理方法は次の通りである。パプリカの特性上、生育期間が長いため、日／週／月別の長期的な栽培管理システムを通して、光、温度、湿度、日射量、溶液濃度（給液）および廃液量など全ての環境条件の調節と作物の生態を把握し、生育のバランスを維持している。

ウイルスの感染経路を事前に予防し、育苗、剪定および収穫作業中の感染または伝染しない

表1 企業沿革と発展の歴史

年	内容
1999	7月 農産貿易株式会社設立
2000	3月 共同選別包装センターをオープン 10月 (社)韓国パブリカ生産者自助会の自助金事業開始 11月 農業者の日に「大統領賞」受賞
2001	11月 貿易の日に「1,000万ドル輸出トロフィー」受賞
2002	2月 「農産物産地流通センター」新築・移転 3月 政府指定「産地流通専門組織」選定
2003	4月 I S O 9001認証取得
2004	7月 「農林畜産物輸出トロフィー」受賞 8月 輸出農産物共同代表ブランド「フィモリ」運営業者に選定 8月 現場バーコード、E R Pシステムの開発・導入 12月 産業資源部（日本の経済産業省に該当）「次世代世界一流商品」に選定 12月 農林部（日本の農林水産省に該当）「共同マーケティング組織」に選定
2006	9月 優秀農産物（韓国G A P）認証を取得
2007	11月 収穫後管理優秀事例公募展にて大賞受賞
2008	3月 農産貿易の温室竣工



ようにしており、伝染した苗や植物体は直ちに除去し、他の株に感染しないように、徹底した管理を行っている。

体系的な作物管理のために農産貿易だけの Grower Study Group を通して、先進農業国の新技術と情報を収集しており、栽培技術の把握、分析、教育を定期的に行っている。

ERP システムを通じた環境管理、水分管理、天敵管理、収穫量予測、品質管理などの全ての栽培情報を管理、点検している。

## 2) 集荷・流通・輸出段階の規模

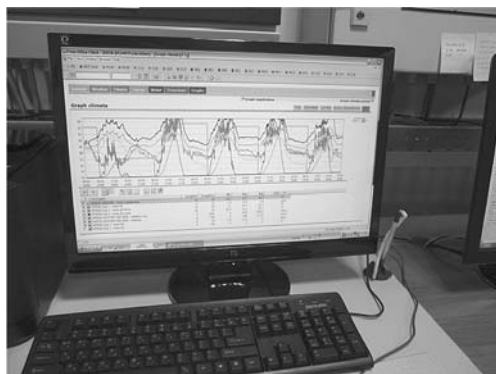
集荷選別場は930坪、低温貯蔵庫180坪、一般倉庫および職員福祉厚生施設400坪である。パプリカとトマトの選別機各1基、40FT コンテナ専用ドック、冷蔵車両専用ドック、その他を保有している。

物流はコールドチェーンシステムであり、生産履歴、流通履歴追跡用バーコードシステムを採用している。また、ERP システムで運営されており、栽培管理、商品化、流通、事後処理などの一環処理および管理がなされている。グループウェア（複数のユーザーがコンピュータを利用し、互いに協調して仕事を進めることを援助するためのソフトウェア：CSCW：Computer Supported Cooperative Work と略称されることもある）を通じた会員農家のコミュニケーションも活発化している。

韓国農水産物流通公社が2004年に開発した輸出農産物共同ブランドである Whimori の認証を受けて、パプリカを年間約1,000万ドル（約10億円）、ドールジャパンを通じて日本国内大型流通企業に輸出している。

一方、国内ではサムソンホームプラス、ホームエバー、ロッテマート、GS リテールなどの大型流通企業およびデパート、公営卸売市場に出荷している。

農産貿易から輸出している商品は5kgのダンボール規格のバルク商品として、日本最大の





流通企業であるドールジャパンに輸出しており、それ以後の過程では日本のスーパー、例えばイオンの店頭に入庫し、販売されている。

輸出パプリカは鮮度維持に効果的なポリエチレンフィルムを利用して包装処理されており、収穫後から日本の消費者に届く全過程をコールドチェーンシステムにより管理して、高品質のパプリカを提供している。

農産貿易から販売されている韓国国内向け商品は韓国内の量販店に納品しており、自社冷蔵車両を利用して顧客に届くまで鮮度を維持し、高品質のパプリカを提供している。

## 5. むすび～農産貿易の成長要因～

農産貿易は、設立以来10年間でパプリカの輸出額が約10億円に達しているが、その成長要因を分析してみよう。

①緻密な生産計画を立て、品種選択、播種日の指定、農家別色種分配、資材共同購入を実施している。

②契約栽培を行っている。生産履歴管理、収穫量予測、栽培技術教育、GAPの実施を忠実にやっている。

③確実な収穫を行っている。収穫予定日を管理し、冷蔵車両による運送、ERPへの出荷内容の入力を実施している。

④管理された入荷を行っている。入庫量を

ERPに入力し、入庫数量を確認し、農家別、色別分類を行い、入庫品品質評価をしてERPに入力している。

⑤厳格な選別・包装を行っている。生産者別に農産貿易の標準規格と品質基準による選別を行い、バーコードによる電算化をして、ERP精算システムによる共同計算を実施している。

⑥大口顧客への輸出と国内販売を行っている。輸出は日本市場の大型流通企業へ納品し、国内には最大流通企業に出荷している。いずれも大口顧客との取引であり、流通履歴管理が実施されている。

⑦事後管理を行っている。生産履歴の確認、天敵などの有機農法の推進を行っている。

⑧プロモーションを実施している。広報、販促による消費促進、最盛期の集中広報、販促、市場成長規模予測、生産計画の樹立を行っている。

以上のように農産貿易の成長要因は8つ指摘できるが、結論的に言えば、①栽培農家の生産管理を行い、②ERPシステムによる栽培農家の生産履歴と農薬使用内訳の管理を行い、③GAPによる運営が行われていることの3点を重要なポイントとして明示できる。

日本の農産物の輸出を目指す農業法人にとっては、農産貿易は非常に参考になる好例である。